비교문화연구 제50집 (2018.3) pp.103~130

무역 중국어 담화 고찰과 한중 협상문화 비교
– ‘냅킨꽂이’ 수입 관련 비즈니스 이메일을 중심으로 –

최 태 훈
(건국대학교)

국문초록

이 연구의 목표는 한국 구매자와 중국 공급자 사이에 주고받은 이메일을 분석대상으로 삼아 무역 중국어 담화를 고찰하고 한 · 중 협상문화를 비교함에 있다. 연구 문제는 첫째, 이메일 비즈니스를 통해 보이는 무역 중국어 담화의 특징과 기능. 둘째, 이메일 비즈니스의 절차에 따른 중국어 무역 용어 분류. 셋째, 한 · 중 문화 가치관에 따른 협상과 갈등 양상 비교이다. 연구 참가자는 한국 구매자 제임스와 중국 공급자 소냐이다. 분석대상은 거래 품목 냅킨꽂이를 주문, 생산, 수입하는 과정에서 교환 된 74개의 이메일로 한다. 연구의 발견은 다음과 같다.

첫째, 본 이메일 무역 중국어 담화는 필요시마다 몇 번에 걸쳐 반복적으로 진행되는 특징을 보여주었다. 더불어 무역 중국어 담화의 주요한 언어기능은 요청, 알려주기, 협상, 설득하기로 드러났다.

둘째, 본 이메일 무역에 집중적으로 사용된 중국어 어휘는 (1) 주문과 가격협상, (2) 원산지 표시, (3) 상품검사와 세관신고, (4) 무역 통관에 필요한 서류, (5) 포장과 운송 등으로 구분하여 설명하였다.

셋째, 한 · 중 문화적 가치관의 유사점과 차이점이 비즈니스 행위에 미치는 영향에 대해 협상과 갈등 양상을 중심으로 비교 고찰하였다. 한 · 중 비즈니스에서 상대방의 체면을 세워줌으로써 자신의 체면도 유지하는 협상 전략은 자기주장을 중시하여 상대방의 체면을 위협하거나 무관심한 서양의 협상 문화와는 뚜렷한 차이를 보인다.

나아가 무역 문서의 법적 문제와 관련한 담화에서는 한 · 중 양국의 불확실성 회피 전략의 큰 차이로 인한 갈등양상에 대해 고찰하였다. 이를 통해 우리는 한 · 중 무역에서 문화적 가치관이 당사자들의 행동 패턴에 영향을 미침으로 사전에 대책 마련이 중요함을 알 수 있게 되었다.

주제어 : 무역중국어, 담화분석, 문화적 가치관, 체면, 불확실성 회피

Ⅰ. 서론

1. 연구방법 및 연구목적

본고는 한국과 중국 사이에서 ‘냅킨꽂이’ 수입이라는 무역 과정에서 작성된 이메일을 연구의 대상으로 삼는다. 이를 위해 필자는 ‘냅킨꽂이’ 무역 아이템 거래에 관련된 중국어로 작성된 메일을 양국 무역 담당자들의 동의하에 수집하였다. 메일 교환 무역 담당자는 제임스와 소냐이다. 이들은 흥미롭게도 실제 한・중 무역 거래 시에 자신의 本名을 쓰는 대신에 모두 영어 닉네임을 사용하였다. 닉네임을 통해 연구 참여자의 개인 정보가 공개될 우려가 없기 때문에, 본 연구는 이 영어 닉네임을 동일하게 사용하고자 한다.

제임스는 국내에 거주하는 한국인 남성으로 중어중문학을 전공하였고, 여러 한국 및 중국 기업에서 중견 간부직을 맡아 생산, 판매, 유통, IT 등의 관련 업계에서 중국과 연계된 비즈니스 실무 경험을 가지고 있는 인물이다. 이와 같은 경력을 바탕으로 현재는 한국의 수입자와 중국 생산판매 회사 사이에서 중간 마진을 얻는 무역 중개업을 하고 있다. 수집한 이메일은 한국의 대기업에서 필요한 아이템을 주문받아 중국에 있는 회사를 섭외한 후, 생산을 의뢰하고 필요 물량을 수입해 대기업에 납품하는 내용이다. 제임스의 무역 파트너인 소냐는 중국인 여성으로 중국 중동목업(假名) 회사의 무역 담당자이다. 중동목업은 다방면에서 요구되는 목제품을 자체 주문 제작, 생산, 판매하는 중소기업으로 중국뿐만 아니라 한국 및 전 세계에 물건을 납품하고 있다.

또한 거래에 간접적으로 영향력을 행사하는 사람들이 있다. 제임스의 거래처인 동아기업(假名) 부장은 제임스에게 자신의 회사에서 필요한 아이템을 주문하는 역할을 담당한다. 그는 거래 아이템의 가격 및 세부사항의 결정사항에 있어서 큰 영향력을 행사하고 있다. 한편 소냐의 편에서 간접적인 참여자는 중동목업 회사의 사장으로 가격 결정에 영향력을 행사하고 있다. 또한 공장 생산라인 기술자 및 관리자는 생산 방식과 관련된 세부사항 점검 및 생산일과 납기일에 대해 의견을 제시한다.

본 연구 자료는 제임스와 소냐 두 사람이 일대일로 주고받은 총 74통의

이메일로, 냅킨꽃이 무역거래의 시작과 종료를 나타내는 거대 담화이다. 모든 메일을 주제별로 분류하기 위해 먼저 로그(log)를 작성하였다. 로그는 74통의 이메일에 대해 발신자 중심으로 기록하여 각각의 내용에 대해 발신자를 기준으로 J1, J2, S1, S2와 같이 번호를 매겼다. J1은 제임스가 처음 보낸 메일을 뜻하는 기호이며, 같은 방식으로 S1은 소냐가 제임스에게 보낸 첫 번째 메일을 뜻한다. 각각의 이메일에 번호를 매긴 후 그것이 어떤 내용을 담고 있는지 소재와 주제, 언어적 기능, 무역 특수 용어, 특이한 쟁점 등을 중심으로 연구 자료를 작성하였다.

전체 로그 자료를 토대로 무역 절차를 주제별로 분류하고 이에 맞는 중심 개념을 설정하였다. 나아가 로그에서 특징적인 쟁점이 형성된 부분을 별도로 표시해 반복적으로 검토했다. 또한 주제별로 나누어 사용된 어휘의 빈도를 살펴보고 설명이 필요한 용어를 선별하였다. 더불어 필자는 제임스와 세 차례 개별 인터뷰를 가졌다. 무역 절차에 대한 전반적 이해, 전문 용어의 풀이, 본 무역과 관련된 비하인드 스토리, 무역업자들의 이윤창출 방법, 통관을 위한 서류 작성 등에 대해 인터뷰 결과를 논의에서 활용하였다. 이에 필자는 앞서 언급한 내용을 기반으로 다음과 같은 연구문제를 제시하도록 하겠다.

첫째, 본 이메일 비즈니스를 통해 보이는 무역 중국어 담화의 특징과 기능은 무엇인가?

둘째, 본 이메일 비즈니스의 절차에 따른 중국어 무역 용어는 무엇인가?

셋째, 한・중 문화 가치관에 따른 협상과 갈등은 어떤 양상으로 비교될 수 있는가?

2. 선행연구

비즈니스 담화는 정치・경제・법률・문화차이 등의 거시적 맥락과 구체적인 비즈니스 상황에서의 이해관계의 대립을 드러내는 미시적 맥락을 동시에 고려해 의사소통 방식과의 관련성을 분석한다(이원표, 2001; Fairclough, 2012). 비즈니스 담화 사례는 한국 기업의 조직문화의 차이에서 비롯되는 권위와 위계질서의 개방성 및 폐쇄성에 따른 의사소통 방식 차이(이병준・한현우, 2015)와 한국 회사원들이 무역 서한에서 사용하는 공손전략과 한국전통

문화와의 관련성(정연권, 2003)에 대한 연구가 진행되었다. 또한 한・중 비즈니스와 관련한 연구로는 양국의 문화적 차이에 기인한 비교 연구가 수행되었다(예성호, 2016). 이 연구는 양국이 불확실성 회피에 대한 문화적 차이로 인해 한국은 업무 중심의 대화를 선호하고, 중국은 신뢰관계 구축을 중심으로 한 대화를 선호해 상호간 대화의 초점 형성이 어려워짐을 지적하였다.

한편, 비즈니스 담화분석에서 이메일을 매개로한 담화분석 연구는 제한적으로 진행되었다. 이메일 담화 연구는 한국어 또는 영어로 진행된 비즈니스 이메일 분석이 중심이 되고 있으며, 한・중 국제 무역에서 일상적으로 사용하는 의사소통 방식의 하나인 중국어 이메일에 대한 연구는 검색되지 않았다. 한국어로 진행된 비즈니스 이메일 담화 연구에 따르면 일차적으로 의사소통 채널이 이메일이라는 특수한 방식으로 제한되어 있다. 이 때문에 면대면 회의나 전화에서 보이는 구어적인 담화구조의 특성과는 큰 차별점이 있다(곽면선・이상철, 2015; 김아늠, 2012; 이연정, 2015).

한국어를 사용한 이메일을 매개로한 비즈니스 담화의 특징은 다음과 같이 요약할 수 있다(김아늠, 2012; 이승연, 2014; 이연정, 2015). 첫째, 업무와 관련한 목적에 따른 간결체를 사용하며, 구조적으로 이메일을 보낸 목적이 먼저 제시되고 세부 내용은 뒤에 위치한다. 둘째, 언어의 행위적인 측면이 강조되는 화행 위주의 담화적인 특징을 보인다. 요청 화행의 빈도수가 가장 높으며 요청의 경중(수신자에게 주는 부담 정도)에 따라 직접적 또는 간접적 요청 화행으로 구분되며 공손전략에도 차이가 난다. 부담이 높으면 간접적이고 더 공손한 언어 전략을 구사하는 경향을 보인다. 셋째, 어휘와 문장의 특징으로 전문용어와 관용적인 표현의 빈도수가 높으며 문제가 발생되는 경우 간접적 언어전략의 사용이 증가한다. 넷째, 이메일 장르적 속성을 반영한 담화구조로써 호칭, 인사말, 이메일을 보낸 목적, 맺음말, 발신자 등의 구조적 규칙을 따른다.

앞서 살펴본 비즈니스 담화 분석에서 중국어 관련 연구가 극히 드문데 반해 비즈니스 중국어 교육과 관련해서는 많은 연구가 수행되었다. 구체적으로 교수법(김현철・조은경, 2012), 교육과정 설계(배재석・김정은, 2011; 이금희, 2015a), 전문용어 지도(이지은, 2015), 특수목적 중국어 수업(최현미, 2016a, b), 말하기와 쓰기 영역별 수업 방안(박찬욱, 2012; 박찬욱, 2016b; 조은경, 2012), 교재 분석(박찬욱, 2016a), 평가(이금희, 2015b) 등의

영역에서 연구가 진행되었다. 이와 같은 비즈니스 중국어 교육 관련 연구의 큰 진전에도 불구하고 이 연구들이 실제 비즈니스 현장의 맥락에서 사용되는 언어 양상에 대한 연구 결과에 근거하지 못한 한계가 있다. 비즈니스 중국어 교육이 실효성을 높이려면 다양한 비즈니스 현장에서 사용되는 중국어에 대한 실증 연구가 더 많이 이루어져야 한다고 판단된다.

II. 무역 중국어 담화의 특징과 기능

본 이메일 무역 중국어 담화의 특징은 무역절차가 단선적으로 진행되지 않고 필요시마다 몇 번에 걸쳐 반복적으로 진행된다는 점에 있다. 또한 관련 언어 기능은 무역절차와 관련해 요청(requests), 알려주기(inform), 협상(negotiate), 설득(persuade)을 목적으로 하고 있다. 74통의 이메일을 시간 순서에 따라 주제별 무역 절차를 나열하면 다음과 같다. 1) 구매자 거래 가능성 문의하기와 판매자의 답변, 2) 주문 세부사항 논의에 포함된 절차로 구매자의 1차 가격 협상, 판매자의 계약금 송금 요청, 구매자와 판매자의 샘플 교환, 판매자의 로고 문제 확인, 구매자의 주문 수량 갱신에 따른 2차 가격 협상, 3) 원산지 표시 문제에 의한 3차 가격협상, 4) 주문 제작 완성에 따른 쌍방의 필요 서류 질문하기와 답변, 5) 구매자의 생산품 명칭 변경 요구, 6) 쌍방의 포장 문제에 따른 4차 가격협상, 7) 구매자의 생산업체 방문 타진 요청, 8) 판매자의 결제 및 정산 요구, 9) 쌍방의 관련서류 교환 요구이다.

1. 필요시마다 반복되는 무역 절차

비즈니스 중국어 교재에 제시된 목차를 살펴보면, 일반적으로 인사와 자기소개하기→상품소개하기→주문하기→가격 협상하기→발주하기→분쟁조정하기 등으로 구성되어 있다. 정상적인 무역의 절차는 이처럼 단계별로 구분지어 깔끔하게 진행되는 것이 상식이다. 그러나 실제 현장은 반드시 이러한 양상을 보이지는 않는다. 본 연구에서 드러난 무역의 절차는 잘 정돈된 교재의 목차와는 달리 상당히 복잡한 프로세스를 보여준다.

첫째, 가격에 대한 논의는 한 번만 하고 끝나지 않고 총 네 번에 걸쳐 진행된다.

〈표 1〉 1～4차 가격협상

1차 가격협상	J2	有关纸巾盒, 我司想價格有点偏高, 能不能再考慮?
	S2	为了能和贵司长期合作, 我们可以把價格一次性降到最低, 大家都爽快点.
2차 가격협상	J9	今天收到客户那边更新的数量. 上次说的2,000个增加为10,000个. 烦您重新给我报價而报價时希望價格方面的優惠.
	S9	如果这次订单客户可以订货10000个, 我们最多只能再降0.XXXX美金每個.
3차 가격협상	S14	您说的底部烧印的MADE IN CHINA 字样, 这個属于LOGO印刷的. 所以, 你们需要增加：0.XXXXUSD/PC.
	J14	還是烧印的方式来标注原产地吧. 要不不能报关的. 增加的费用是我们来承担.
4차 가격협상	S24	如果用塑料袋和内盒的话, 需要加0.1美金每個.
	J24	觉得加0.XXXX美金/每個是太贵的. 请再次检讨包装费用.

초기 주문을 할 때(1차), 주문물량이 증가했을 때(2차), 원산지 표시를 할 때(3차), 포장문제를 제시할 때(4차)로 제임스와 소냐는 가격을 화두로 반복적으로 협상을 진행하고 있음을 알 수 있다(표1 참고). 누차에 걸친 가격 협상은 무역이 종료되기까지 지속적으로 반복 진행될 수 있음을 보여주고 있다. 흥미로운 부분은 거래초기(1,2차 가격협상)에 제임스와 소냐의 권력관계는 제임스가 우위를 점하며 가격을 낮추어 줄 것을 요구하고 있다. 그러나 거래 후반(3,4차 가격협상)으로 가면서 소냐가 가격문제를 먼저 제기하기 시작하면서 양자의 권력관계는 소냐 쪽으로 기울고 있음을 알 수 있다. 즉 주문을 할 시점에는 제임스가 공세적으로 가격 再考를 요청하고, 소냐는 거래를 성사시키기 위해 가격을 조절해 주는 자세를 취하고 있다. 반면 주문이 성사되고 나서는 소냐가 공세적임을 알 수 있다. 즉 추가비용에 대하여 소냐는 한 치의 양보 없이 협상을 진행하고 있는 것이다.

둘째, 샘플문제는 거래 초기에 대단히 중요한 화두로 작용하며, 여러 번의 걸친 협의가 진행되는 양상을 보이고 있다.

J4: 今天想把我手上的样品寄给您. 烦您告诉我贵司的地址.
S5: 不知道您样品是否寄出? 寄出后告知一下单号.
J5: 样品已发出去了 单号是 "顺丰 207220759252" 烦您确认短信吧.

제임스는 J4에서 자신이 가지고 있는 샘플을 상대에게 배송하려하니 주소를 알려달라고 말하고 있다. 소냐는 S5에서 샘플의 배송여부를 묻고, 배송 후 택배번호를 알려달라고 전한다. 이에 제임스는 J5에서 샘플을 이미 보냈으며 택배번호를 알려주며, 확인을 부탁하고 있다. 위 내용은 계약 초기에 제임스가 가지고 있는 샘플을 소냐에게 보내 제임스 자신의 샘플과 똑같이 만들 수 있는지를 확인하는 작업인 것이다. 샘플과 관련된 업무는 여기에서 그치지 않고 있다.

J10: 大概什么时候能看样品的照片呢? 我们看照片之后就把订金汇款给您.
S11: 样品已经做好, 请查看我们拍的新样品和原样品的照片. 如果没有什么问题, 麻烦您尽快安排定金. 谢谢. 麻烦您把地址发过来, 我把新样品寄给你.

제임스는 J10에서 언제 (소냐가 만든) 샘플의 사진을 볼 수 있는지를 묻고, 사진을 본 후 계약금을 보내겠다고 언급하고 있다. 즉 계약 성사의 여부는 제임스 자신의 샘플과 소냐가 만든 샘플의 일치 정도에 따른다는 것이다. 이에 소냐는 S11에서 자신이 만든 것과 제임스의 원래 샘플을 사진 찍어 보내며 확인을 부탁한다. 또한 별 문제가 없으면 계약금을 처리해줄 것과 샘플배송을 위해 주소를 알려 줄 것을 요청하고 있다.

여기서 소냐는 제임스의 '好, 樣品没有問題'라는 답변을 기다릴 틈도 없이 적극적인 자세로 계약금의 처리와 배송지 주소를 요청하고 있다. 국제무역에서 계약금 송금 여부는 비즈니스의 시작과 다름없는 것이다. 바로 이 점을 소냐는 누구보다 잘 알고 있는 것이다. 따라서 소냐는 이처럼 샘플문제를 서둘러 매듭지으려는 의지를 분명히 피력하고 있다. 메일 전체를 확인해 보면, 양자는 각각의 샘플 사진 찍어 보내기, 샘플 배송을 위한 상대방 주소 및 택배번호 확인하기, 샘플 수령 여부 상호 확인하기 등의 반복된 작업을 하고 있음을 알 수 있다. 계약 초기에 샘플과 관련된 절차는 가격협상

만큼 중요한 것이며 따라서 상호간에 지속적으로 진행되고 있는 것이다

정리하면, 이 연구사례에서 보여주는 무역 담화의 특징은 구체적인 사안에 따른 절차들이 복잡하게 얽혀서 동시에 또는 몇 번에 걸쳐 필요시마다 다시 진행된다는 것을 알 수 있다.

2. 요청, 알려주기, 협상, 설득의 기능

한・중 무역 거래에 드러난 언어기능은 위에서 논의한 무역 절차에 따른 요청(request), 알려주기(inform), 협상(negotiate), 설득(persuade)하기 화행이다.

첫째, 요청하기는 비즈니스 무역에서 가장 자주 사용되는 언어기능이다. 본 연구 대상인 이메일에서도 요청하기는 거래의 중요한 이슈에 따라 빈번히 사용되었다.

J12: 按照有关法律规定进口的木制品都要以火印的方式标示原产地. 在生产时一定要注意这个事项.
J21: 包装时把每个产品用塑料袋包一下吧.
S25: 这个是包括塑料袋和内盒的. 明天你和客户确认一下吧.
S30: 麻烦您把收货人和通知人, 还有详细的货代联系方式给我一下.

제임스는 J12에서 원산지표시에 대하여 생산 시에 주의를 해줄 것을 요청(一定要注意)하고 있다. J21에서는 포장 시에 비닐포장을 해줄 것을 요청(包一下吧)하고 있다. 소냐는 S25에서 이것은 비닐 포장과 내부 케이스를 포함하는 것으로, 내일 제임스와 고객이 확인해 볼 것을 요청(確認一下吧)하고 있다. S30은 수화인과 통지인, 포워딩 업체와의 연락 방법을 알려줄 것을 요청(給我一下)하고 있다.

요청을 할 때에 보이는 특징은 '시간'을 구체적으로 명시해 주는 경향을 보이고 있다("生産時", "包裝時", "明天"). 일반적으로 누군가에게 어떤 일을 요청할 시에는 그 요구가 상대에게 선명하게 각인되어야 한다. 이때 '시간'의 구체적 명시는 요청의 정확성과 효과를 높이는 역할을 하고 있는 것이다. 또한 J21과 S25에서는 말미에 청구(請求)의 어감을 가지는 "吧"를 사용하여 부드러운 요청을 하고 있다.[1)]

본 이메일에서 보이는 요청의 내용을 정리하면 다음과 같다. 1) 샘플과 관련해 보낼 주소요청, 발송여부 확인, 사진 찍기・전송 및 회신에 대한 확인. 2) 원산지 표시, 추가비용, 도료정보, 사이즈, 도료정보 확인. 3) 쉽핑마크와 관련하여 기재내용과 노마크. 4) 포장과 관련하여 비닐포장, 추가비용. 5) 서류 관련하여 견적 송장, 선하증권, 상업송장, 패킹리스트. 6) 비용과 관련하여 계약금 송금, 잔금 송금 등이 요청되었다.

둘째, 알려주기는 구매자와 생산판매자 사이에서 수행한 행위에 대해 상대방에게 알려주는 기능으로 계약금 입금, 생산준비, 생산기간, 생산완성일, 출하일 등의 업무가 진행된 정도를 알려줄 때 사용되었다.

J11: 星期一将30%的订金汇款给您, 那星期二能收到的. 汇款之后把汇款单子发给您.
S17: 定金我们已经收到. 我们会尽快安排备料生产.
S18: 我们工廠已经开始备料中, 生产时间大概35天. 9月5號前应该可以出货的.

위의 예문에서 알 수 있듯이 알려주는 내용은 여러 가지를 동시에 전달하는 경우가 빈번히 발생하였다. 제임스는 J11에서 계약금을 다음 주 화요일에 받을 수 있음과 동시에 송금영수증을 보낼 것을 알려주고 있다. 또한 소냐는 S17에서 계약금을 받았음을 확인하며 가능하면 빨리 재료를 준비하여 생산을 할 것을 알려주고 있다. 또한 S18에서 공장이 재료를 이미 준비하는 중이며, 생산시간은 35일 걸리고, 9월 5일 전에 출하할 수 있음을 알려주고 있는 것이다. 이렇듯 알려주기의 기능은 상대방에 대한 배려이며, 상대방을 안심시키는 역할을 함을 알 수 있다.

협상과 설득은 다양한 쟁점이 형성되고 서로의 이해관계가 충돌되는 지점을 보여주는 비즈니스 중국어의 담화적 특성을 가장 명징하게 보여주는 화행들이다. 이에 4장 “문화 가치관에 따른 협상과 갈등 양상 비교”에서 상세히 논의하기로 하겠다.

---

1) 吧는 구말(句末)에 쓰여 상의(相議)・제의(提議)・청구(請求)・명령(命令)・독촉(督促)의 어기(語氣)를 나타낸다(다음 중국어 사전).

Ⅲ. 무역 절차 관련 중국어 용어 분류

무역 업무에 필수적인 중국어 용어는 1) 주문과 가격협상, 2) 원산지 표시, 3) 상품검사와 세관신고, 4) 무역 통관에 필요한 서류, 5) 포장과 운송에 관련된 어휘들로 분류 되었다. 무역 절차에 따라 중요한 어휘를 아래와 같이 설명하도록 하겠다.

1. 주문과 가격협상에서 사용된 어휘

주문과 협상에서 样品(16회), 價格(15회), 订金+定金(5회+5회), 报價(8회), 合作(8회) 등이 사용되었다. 이것은 비즈니스 초기에 주로 나오는 어휘들이다. “样品”이 가장 많이 사용된 이유는 발주 전에 상호간에 물건 생산가능여부를 확인한 것으로 조사되었다. 즉 “样品”과 똑같이 만들어 낼 수 있냐는 제임스의 질문에, 똑같이 만들어 낼 수 있으니 계약하자는 소냐의 답변이 “样品”이란 어휘의 반복된 사용에서 묻어 나오고 있는 것이다. 샘플을 통한 생산가능여부의 확인 작업은 주문제작 무역의 초기 과정에서 가장 중요한 업무 중에 하나라 할 수 있다.

또한 가격, 계약금, 제시가격 등 금전 문제를 제외하고 “合作”이란 어휘가 특이하게 8회에 걸쳐서 사용되었다. 아래는 대표 예문이다.

J2: 虽然这次是我们的首次合作而数量不算太大, 但以后能继续合作的项目.
S2: 因为是第一次和贵司合作.……但是, 为了能和贵司长期合作, ……

특히 “长期合作”와 “继续合作”이라는 표현을 즐겨 사용하였다. 이 점은 양국의 비즈니스 당사자가 장기 지향적 성향을 가지고 앞으로도 잘해보자는 의사표현을 하고 있는 것으로 볼 수 있다. 나아가 양자는 “首次(第一次)合作”임을 강조하였다. 이것은 제임스와 소냐가 모두 첫 번째 “合作”이란 명분을 내세워 가격협상에서 우위에 있으려는 의도가 다분히 보이는 부분인 것이다. 기타 “報價(FOB)”, “付款方式-T/T” 등과 같이 영어(FOB, T/T)가 포함된 표현을 쓰고 있음도 알 수 있다. 제임스는 필자와의 인터뷰에서 중국의 지방 공장에서 무역을 할 시에도 간단한 무역영어로 소통이 가능하다

고 언급하고 있다. 이 점은 한국 학생들이 무역에 대한 기본적인 지식을 중국어, 영어로 모두 인식하고 있어야 함을 보여주는 내용이라 할 것이다.

2. 원산지 표시와 관련된 주요 어휘

원산지 표시(MADE IN CHINA)는 주문제작 생산품에 빠져서는 안 되는 중요한 작업이다. 본 이메일 원문에서는 냅킨꽂이 목제품에 원산지를 표시할 때 "燒印"(6회), "烙印"(4회), "火印"(1회) 세 가지 어휘가 사용되었다. 제임스는 필자와의 인터뷰에서 "火印"은 한국에서 원산지 표시를 할 때 쓰는 공식적인 표현이며, 일본의 영향으로 사용되는 어휘임을 언급하였다. 따라서 "火印"이란 표현은 메일 전체에서 제임스의 1회 사용에 그친다. 어쨌든 중국인과 대화 시에 "火印"을 써도 의사소통에 문제가 없다고 전하고 있다. "燒印"은 소냐가 주로 사용하는 표현으로 소냐가 4회, 제임스가 2회 사용하고 있다. 이것으로 보아 정통 중국식 표현은 "燒印"이 공식적인 어휘인 것으로 판단된다. 마지막으로 "烙印"은 소냐와 제임스가 각각 2회씩 사용하고 있다. 이처럼 燒印, 烙印, 火印이 사용된 용례와 제임스와의 인터뷰를 통해 세 가지가 모두 통용됨을 알 수 있다. 원산지 표시와 관련된 기타 어휘는 "模板(템플릿)", "燒印版(소인판)", "不滅墨水(지워지지 않는 잉크)", "油漆報告(도료정보)" 등이 각 1회씩 사용되었다.

3. 상품검사 및 세관신고와 관련된 어휘

무역을 통해 외국의 물건이 국내로 수입되는 과정에는 반드시 상품검사와 세관신고 과정이 있어야 한다. 주로 사용된 어휘는 "报关"(4회), "驗貨"(2회)가 있다. 여기서 "驗貨"란 표현은 약간의 설명이 필요하다. 아래에서 그 예문을 살펴보겠다.

J19: 因出货之前想拜访贵司验货而看一下贵司的其他产品.

S36: 我们一般都不显示唛头, 因为有唛头, 海关容易<u>验货</u>, ……我已经报商检了……

첫째, 제임스는 J19에서 소냐의 공장에 직접 방문하여 출하 전에 상품을 검사하겠다는 의사를 밝힌다. 즉 이것은 물건을 매입하는 쪽이 파는 쪽으로 사람을 보내 물건을 검사하는 것을 말하며, “examine goods”의 개념인 것이다. 둘째, 소냐는 S36에서 세관이 상품을 검사한다는 의미로 “驗貨”란 어휘를 사용하고 있다. 여기서의 뜻은 ‘통관절차’의 하나인 “products inspection”의 개념으로 인식이 되어야한다. 이러한 미묘한 차이를 이해하기 위해서는 무역의 절차와 상황을 면밀히 파악하는 것이 선행되어야 할 것이다. 또한 S36의 예문 말미에 “商檢”이란 어휘가 보이고 있다. 이것은 商檢局을 지칭하는 말이며 중국 海關 소속의 기관으로 알려져 있다. 제임스는 중국에서 생산된 물건이 상당히 불량률이 높아 商檢局에서 직접 상품의 질을 검사한다고 전하고 있다. 따라서 중국 회사의 입장에서는 “報商檢”은 대단히 부담스러운 절차가 되는 것이다. 이 점에 대해서는 4장의 2절에서 좀 더 심층적으로 논하도록 하겠다.

4. 무역 통관에 필요한 서류와 관련된 어휘

무역 통관에 필요한 서류와 관련된 어휘는 “單据”, “提單”, “發票”, “箱單”, “電放提單”, “唛頭”, “産地證”, “换單”이다. 사용된 횟수와 상관없이 모두 중요한 어휘임으로 하나씩 아래와 같이 설명해 보도록 하겠다.

<표 2> 무역 통관에 필요한 서류와 관련된 어휘 정리

單据(2회)	提單(5회)	Bill of Lading(B/L)
	(商業)發票(4회)	Commercial Invoice(C/I)
	(裝)箱單(1회)	Packing List(P/L)
	電放提單(2회)	Surrender B/L
	唛頭(9회)	Shipping Mark
	産地證(2회)	Certificate of Origin
	换單(1회)	Switching B/L

제임스의 입장에서 인천에 물건이 들어온 후, 통관을 위해 기본적으로 필요한 증빙서류(單据)는 선하증권(提單), 팩킹리스트(裝箱單), 상업송장(商業發票)이다. 선하증권은 영어로 B/L(Bill of Lading)이라 하며 중국인 소냐도

提單과 B/L을 섞어 사용하고 있다. 물품의 인도청구권을 문서화한 증권이다. 裝箱單(packing list, P/L)은 箱單으로 줄여 적을 수 있으며, 포장물품 명세서이다. 商業發票(commercial invoice, C/I)는 發票로 줄여 적을 수 있으며, 우리가 일반적으로 인식하고 있는 "영수증"과는 다른 것이다. 따라서 통관절차에서 "發票"가 언급되었다면, 그것은 정황상 상업송장을 말하는 것이 된다. 따라서 "發票"역시 앞선 "驗貨"와 같이 무역 절차와 상황을 살펴 이해해야 한다. 바이두를 검색해보면 "commercial invoice"를 "商務發票"로 번역하고 있다. 그러나 제임스의 주장에 따르면 실제에서는 "商業發票"란 단어를 사용한다고 전하고 있다.

"電放提單"은 영어로 Surrender B/L이라 한다. 수입하려는 물건이 경우에 따라서는 선하증권 원본보다 먼저 인천항에 도착하여 수입업자가 통관을 할 수 없는 상황이 발생할 수 있다. 이때 수입업자는 포워딩 업체에게 팩스로 "TELEX RELEASE"라고 도장 찍혀있는 선하증권을 원본(선하증권)을 대신하여 미리 받을 수 있다. 이것이 바로 "電放提單"이고, "電放提單"을 사용하여 물건을 내주는 행위를 "提單電放"이라 한다. 소냐는 "電放提單"으로 서류를 진행할 것인지를 두 차례 제임스에게 질문하고 있다.

"唛頭"[2]는 한국어로 "화인(貨印)"이고, 영어로 "Shipping Mark"라 한다. 원산지 표시에서 언급한 "火印"과 한국어 발음이 일치하여 주의가 필요하다. Outer Box에 표시하여 화물을 손쉽게 찾을 수 있도록 돕는 기능을 한다. "産地證"은 생산지 증명서(Certificate of Origin)이다. 이것은 통관 시 필수 문서는 아니다. 제임스도 비용의 문제로 본 문서를 생략하였다.

〈표 3〉 換單(換簽) 前・後의 선하증권 상의 수출자・수입자 명칭 변경

換單前 선하증권		換單後 선하증권	
수출자	수입자	수출자	수입자
중동목업	제임스	제임스	한국 수입자

2) Shipping Mark는 기본적인 선적서류인 선하증권(提單), 팩킹리스트(裝箱單)에 표시를 하게 되고, 상업송장(商業發票)에는 생략되는 경우가 있다. FCL(Full Container Load, 整箱) 컨테이너를 하나 전체로 쓰는 경우에는 N/M(No/Mark)로 상호 협의가 가능하다.

“換單”은 다른 말로 換簽이라 하며 선하증권(提單)을 바꾸는 것을 말한다(Switching B/L). 이것을 작성하는 목적은 제임스의 직업 안정성을 위함에 있다. 물건을 구매하는 제임스(중간무역상) 입장에서, 최종 고객이 제임스가 어디에서 물건을 구매하였는지, 얼마에 물건을 구매하였는지 알게 하고 싶지 않을 때, 선하증권 상의 내용을 바꾸는 것이다. 삼국 간의 무역을 함에 있어서 일반적으로 사용되는 방법으로 알려져 있다(표3 참조).

5. 포장과 운송에 관련된 어휘

포장과 운송에 관련된 어휘는 紙箱包裝(4회), 收貨人(3회), 通知人(3회), 貨代(3회), 訂艙(1회), 箱子(1회), 小箱子(1회), 小柜發貨(1회) 등이 사용되었다.

〈표 4〉 거래방식에 따른 收貨人, 通知人의 구분

무역당사자 간의 직접거래 방식		신용장 방식	
收貨人	通知人	收貨人	通知人
수입자 이름	수입자 이름	신용장 개설 은행 이름 (to order of xxx bank, korea)	수입자 이름

收貨人은 화물운송계약에 있어서 운송이 끝난 당해 화물의 수취권한을 갖고 있는 사람을 뜻한다. 通知人은 한국어로 “착하통지처”이며, 선박회사가 착하통지서를 보내는 상대방을 말한다. 통상 화물의 수입자명이 기재된다. 일반적으로 收貨人와 通知人은 같은 수입자명이 기재된다. 그러나 대금지불방식이 신용장 방식일 경우 인보이스에 收貨人과 通知人인 다를 수가 있다. 즉 화물의 소유권은 신용장 개설은행이 되고, “착화통지처”는 수입자가 되는 것이다(표4 참조).

“紙箱包裝”은 “箱子”(Outer Box)와 “小箱子”(Inner Box1회)를 사용하며, “小柜發貨”는 20피트짜리 콘테이너로 화물을 발송하다는 의미이다. “貨代”는 포워딩 업체이며, “訂艙”은 한국어로 선복예약(船腹豫約, booking shipping space)을 의미한다.[3)]

3) 네이버지식백과 http://terms.naver.com: CIF계통의 조건에서는 선박의 수배는 매도인의 의무이므로 매도인은 계약상의 선적기한 내에 선적하기 위하여 선박회사

Ⅳ. 문화 가치관에 따른 협상과 갈등 양상 비교

한・중 문화적 가치관의 유사점과 차이점은 가격 협상과 무역 문서와 관련한 법적 문제에서 행위의 기준이 되는 갈등 상황에서 다양한 양상으로 드러났다. 가격협상에서는 한・중의 문화 가치관의 유사점을 드러내는 체면 차리기 전략이 사용되었는데, 그 구체적인 양상은 체면을 차리는 방식에서 약간의 차이를 보여준다. 한편, 무역 문서의 법적 문제에 있어서는 한・중 양국의 불확실성 회피 양상의 차이점이 확연히 드러나 상호 갈등을 유발시키는 모습으로 전개되었다.

1. 가격협상: 체면 차리기 전략

문화 간 커뮤니케이션 학자인 팅투미의 체면과 체면 차리기 이론에 따르면 한국과 중국 양국은 모두 체면에 관심이 높은 국가로 알려져 있다 (Ting-Toomey, 2005)[4]. 대체적으로 양국민은 갈등과 불일치가 일어나는 문제 발생 상황에서 자신의 체면뿐만 아니라 상대방의 체면을 지켜주는 의사소통 방식을 선호한다. 이는 상대방의 체면을 위협하는 것이 전혀 문제가 되지 않는 자기주장 중심의 서양인의 의사소통방식과 대조를 이룬다. 아래의 가격협상 과정을 살펴보면 제임스와 소냐 사이에서 협상이 필요한 쟁점에 대해 자신의 체면과 더불어 상대방의 체면을 보호하는 전략의 중요성을 알 수 있다.

J2: 有关纸巾盒, 我司想價格有點偏高, 能不能再考虑？虽然这次是我们的首次合作而数量不算太大, 但以后能继续合作的项目。真不好意思, 很不揣冒昧地谈價格, 但希望您的了解, 價格定下来的话, 下禮拜初把订金会给您的。

와 교섭하여 필요한 만큼의 선복(Ship's Space: Freight Space)을 예약해야 한다. 미리 일정기간 선복을 예약하는 것을 Forward Booking이라 한다.

4) Ting-Toomey, “The matrix of face: An updated face-negotiation theory”, in Theorizing about intercultural communication, W. B. Gudykunst, ed. (CA: Sage Publications, 2005), p. 73, Samovar, Porter, McDaniel, Edwin, & Roy (2016), 365~367면에서 팅투미 재인용.

제임스는 J2에서 가격이 높음을 지적하며 가격 조정을 요구하고 있다. 첫 거래이며, 그 수량이 많지 않으나, 이후에도 지속될 아이템임을 설명하며, “不好意思”와 “不揣冒昧”란 표현을 연달아 사용하여 굉장히 예의 바른 어투로 가격 이야기를 어쩔 수 없이 꺼내야함을 양해 구하고 있다.[5] 또한 “希望您的了解”라 언급하며 가격이 결정되면 다음 주 초까지 계약금을 보내겠다고 달래고 있는 것이다. 제임스는 가격협상이라는 갈등의 상황에서 예의 바른 어투로 상대에게 좋은 인상을 주기 위해 체면을 차리고 있는 것이다. 이는 상대방에게 투사하고 싶은 이상적인 자기 이미지를 반영하는 동시에 협상을 자신에게 유리하게 이끌기 위한 조치인 것이다. 이에 대한 소냐의 대답은 다음과 같다.

S2: 关于價格, 我和我们老板谈了, 因为是第一次和贵司合作。我们的利润本来就没有加太多, 还有我们是生产木制品20多年的工廠了, 所以在生产能力和质量上您绝对是放心的。我们一直都是把质量放首位, 以质量来维护我们的新老客户的。但是, 为了能和贵司长期合作, 我们可以把價格一次性降到最低, 大家都爽快點。希望这次能合作成功, 也为了咱们今后长期合作。我们可以每個盒子降0.XXUSD/PC.

중국인들에게는 “체면을 살리고 잃는 것은 사회적 자부심, 명예, 위엄, 모욕, 수치, 망신, 겸손, 신뢰, 불신, 존경, 위신 등의 문제와 매우 연관성이 높다.”[6] 소냐가 대답한 S2을 살펴보면, 사장에 대한 존경, 자신의 회사에 대한 자부심, 명예, 신뢰, 위신을 고려한 언급이 보이고 있다. 먼저 자신의 사장과 물건 가격에 대하여 상의하였음을 밝혀(關於價格, 我和我們老板談了) 사장에 대한 존중과 자신이 적절한 절차를 밟아 제임스에게 대답하고 있음을 알려 상대에 대한 체면 차리기를 동시에 진행하고 있다.

---

5) 北京語言大學 語料庫에서 “不揣冒昧”를 검색해 보면 모두 140개의 예문을 찾을 수 있다. 그 가운데 “주어+不揣冒昧+(地)+동사” 구조를 가진 문장을 살펴보았다. 문장 대부분은 주어 자신이 “외람되게도(不揣冒昧)”란 표현을 사용하여 자신을 낮추며, 결국 주어가 하고 싶은 말(동사)을 직설적으로 한 것으로 판단된다. 이것은 상대의 체면을 고려하면서 동시에 자신의 체면을 지킨 것임을 알 수 있다. 따라서 제임스 역시 자신과 상대의 체면을 동시에 지킨 것으로 판단된다.

6) Samovar, Porter, McDaniel, Edwin, & Roy (2016), 367면에서 팅투미 재인용.

또한 문화적 가치관에 따른 행위의 방식에서 중국과 같은 집단주의 문화권에 속한 사람들은 갈등을 회피하는 행동 양상을 보이는데 이는 관련자들의 체면을 위협하는 상황을 회피하는 것과 연관이 있다. 즉 "關於價格, 我和我們老板談了"는 가격협상 문제에 있어서 소냐는 자신의 입장이 난처함에 직면하여 사장과 상의하였음을 부각하고, 자신은 해당 문제에서 회피하고 의무적인 조치를 취하였음을 밝히는 표현으로도 분석 가능하다. 이를 통해 소냐는 사장과 제임스 모두에게 체면을 차린 것이 된다.

나아가 중국인에게는 협상에 있어서 격식을 갖춘 형식이 협상 내용만큼 중시된다. 맥그리거는 "중국 사람은 협상을 할 때 특정한 의전을 따르는 것을 선호한다. 우선 자신이 누구이며, 무엇을 하고 있는지 등 많은 통계와 함께 자신을 소개한다. 이러한 사항은 협상해야 할 안건과 정작 아무런 관련이 없지만, 중국에서 형식은 중요하다. 중국 사람은 형식과 올바른 처신이 조화를 유지시키며 또한 협상이 일어나는 맥락을 제공한다고 생각한다"라고 언급하였다[7]. 우리는 S2 소냐의 답변에서 맥그리거가 언급한 중국인의 협상에서의 격식과 형식의 중요성을 그대로 발견할 수 있다. 해당 담화에서 소냐는 자신의 회사가 이윤을 많이 붙이지 않는다는 점, 목제품 생산에 있어서 20년의 경험이 있으며, 생산 능력과 품질에 있어서 안심해도 되며, 품질로 신・구 고객과 거래를 해온 우수한 회사인 점, 제임스의 회사와 이번 거래와 장기적인 거래를 희망한다는 점을 설명하고, 가격을 최저로 낮추어 한 개당 X.XX달러로 제시한다고 주장하는 것이다. 즉 소냐는 S2에서 중국식 의전 방식을 동원하여 회사, 사장, 자신의 체면을 차리며 제임스의 가격 재고 요구에 상대의 체면을 고려하여 가격을 책정하였음을 알리고 있는 것이다.

이상의 내용을 살펴보면 이메일 교환 당사자들은 모두 체면을 중시하는 문화에 익숙해 있음을 알 수 있다. 거래 초기의 가격협상이라는 갈등과 불일치의 상황에서 상대에 대한 체면, 사장에 대한 체면, 회사에 대한 체면을 부각하여 협상에 임하고 있다고 판단된다. 특히 제임스의 체면 차리기 보다는 소냐의 표현이 중국식 체면 차리기의 전형을 여실히 보여주고 있다고 사

7) McGregor, J., One billion customers (NY: Free Press, 2005), Samovar, Porter, McDaniel, Edwin, & Roy (2016), 568면에서 맥그리거 재인용.

료된다.

2. 무역 문서의 법적 문제: 한·중 양국의 불확실성 회피 비교

문화 간 경영 방식을 연구한 호프스테드는 국제적 비즈니스 현장에서 문화의 영향력이 대단히 큼을 주장하였다. 그의 연구를 한 눈에 확인할 수 있는 “Hofstede-Insights.com”에서 한국과 중국을 선택하여 양국의 문화차이를 비교해 보면, ‘권력차이(한:60, 중:80)’, ‘개인주의(한:18, 중:20)’, ‘남성성(한:39, 중:66)’, ‘불확실성 회피(한:85, 중:30)’, ‘장기지향성(한:100, 중:87)’, ‘마음대로 하기(한:29, 중:24)’ 등으로 결과를 확인 할 수 있다.[8] 이 가운데 양국의 문화 차이를 확연히 보여주는 것은 ‘불확실성 회피’라는 항목이다. ‘불확실성 회피’는 어떤 사회가 미래는 불확실하다는 사실을 다루는 방식을 뜻한다. 불확실성 회피 성향은 “개인이나 조직이 애매한 상황, 정형화되지 않은 상황에 대해 가지는 참을성 정도 혹은 환경을 회피하려는 정도를 의미한다.”[9]

우리는 과연 미래를 조정해야 하는 것이 좋을까, 아니면 일이 벌어지는 대로 놓아둘 것인가? 미래의 이 같은 모호함에 대하여 사회는 미래에 관한 불안을 사람들로 하여금 다른 방식으로 다루도록 배우게 하였다. 즉 한 사회가 모호하거나 알려지지 않은 상황에 의해 위협을 느끼는 정도와 이와 같은 불안을 회피하기 위한 신념과 제도를 만들어온 정도가 불확실성 회피 수치에 반영되어 있는 것이다. ‘불확실성 회피’ 경향이 높은 사람들은 “인생은 연속되는 위험의 가능성을 가지고 있으며 이런 위험을 피하거나 완화시키기 위해서는 법, 문서화된 규칙, 기획, 규정, 의식, 예식, 확립된 사회, 행위, 의사소통에 관한 협정이 필요하다고”[10]고 생각한다. 따라서 본 절에서는 한·중 비즈니스 당사자들이 무역관련 법적문서 문제에 대하여 어떠한 대처를 하였는지 살펴봄으로서 양국의 ‘불확실성 회피’라는 문화 양태가 어떤

8) https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/
9) 예성호(2016), 「‘초점 없는 상호작용’-‘관계 커뮤니케이션’이론으로 분석한 한중 비즈니스 교류 특징과 그 문화적 요인」, 『중국과 중국학』 제29호, 9면에서 “Hofstede(2006)” 재인용.
10) Samovar, Porter, McDaniel, Edwin, & Roy (2016), 335면.

모습으로 드러나고 있는지 확인해 보도록 하겠다. 국제 무역에 있어서 문서는 비즈니스의 신뢰의 근간이 되는 것이며, 법에 대한 대응 태도는 양국의 '불확실성 회피'에 대한 좋은 증거 자료가 될 것이다. 아래에서 다음과 같은 이메일을 확인해 보겠다.

J20: 只希望提单上面的产品的名字 "Napkin Holder" 改为 "Bill Holder" 为了回避韩国那边的食品卫生检查.

제임스는 J20에서 한국 쪽 식품위생 검사를 피하기 위하여 소냐에게 선하증권 상에 상품명을 "Napkin Holder"(냅킨꽂이)에서 "Bill Holder"(영수증꽂이)로 변경할 것을 요청하였다.

S32: 提单上显示品名 是WOODEN BOX 可以吗？

그러나 소냐는 그 후 10여 차례 동안이나 서로 이메일을 주고받는 가운데 제임스의 요구에 별다른 반응을 보이지 않고 있다가, 자신이 선하증권에 품명을 명시해야 하는 거래 시점인 S32에 가서야 물품명을 "WOODEN BOX(나무 박스)"로 기재해도 좋은지 물어왔다. 이렇게 시간상의 차이가 나는 것은 소냐의 완전한 부주의이며, 또한 "WOODEN BOX(나무 박스)"라는 명칭은 제임스의 요구와는 전혀 다른 물품명인 것이다. 만약 문서상에 물품명이 잘못 기재될 경우 제임스는 심각한 문제에 봉착할 수 있는 상황에 직면하게 된다. 이에 제임스는 다음과 같이 '불확실성 회피'를 할 수 있도록 확실한 조치를 취하게 된다.

J33: 有关在提单上的产名, 客户要求名字写为Bill Holder为了避免卫生检查.
J35: 产品的名字是 "Bill Holder" 对吧。烦您再次确认.
S35: 是的, 英文品名用的BILL HOLDER.

제임스는 J33에서 고객이 식품위생검사를 피하기 위해 선하증권(문서)에 상품명을 "Bill Holder(영수증꽂이)"로 기재해 줄 것을 재차 요구하였다. 나아가 J35에서는 이 문제가 잘 처리되었는지 확인을 요청하였다. 즉 이러한

조치는 중국 측 소냐의 모호함에 대응하여 문서상에 정확한 명칭을 통해 불확실성을 회피한 사례임을 알 수 있다. 또한 제임스는 '불확실성 회피' 지수가 높은 한국인답게 문제가 정확이 해결되었는지 확인을 요청하며 그 불확실한 상황을 정확히 벗어날 수 있도록 상대를 설득하고 있는 것이다. 결국 소냐는 제임스의 거듭된 확인을 수용하여 Bill Holder로 품명을 정정하게 되었다. 이것은 제임스가 소냐를 성공적으로 설득한 경우를 보여주고 있다. 아래는 갈등 상황에서 설득이 실패한 예이다.

S35: 提单和箱单发票上不显示有唛头可以吗? 都显示N/M, OK?
J36: 一般来讲, 提单及箱单发票上都有唛头的嘛. 有什么问题吗? 如不方便的话, 请告诉我. 我跟客户确认.

소냐는 S35에서 선하증권, 팩킹리스트, 상업송장에 쉽핑마크를 하지 않고 노마크(N/M)로 해도 되는지를 묻고 있다. 이에 제임스는 J36에서 이 세 가지 문서에 쉽핑마크를 해야 하는 것이 일반적임을 밝히며, 불편하면 자신의 고객에게 확인해 보겠다고 전하고 있다. 이것은 제임스가 소냐를 설득하려고 시도한 것으로 파악된다. 제임스는 만약 고객과의 확인 절차를 거치면, 대부분의 고객은 쉽핑마크를 하라고 지시한다고 전하고 있다. 따라서 '고객'을 언급하는 것은 소냐를 설득하려는 수단이 된다는 것이다.

S36: 我们一般都不显示唛头, 因为有唛头, 海关容易验货, 我们这边就很麻烦. 希望您能理解. 我已经报商检了, 写的N/M. 麻烦您跟客户说一下可以吗?
J37: 好的, 那我跟客户讲一下吧.

그러나 소냐는 S36에서 자신들은 일반적으로 쉽핑마크를 표시하지 않으며, 쉽핑마크가 있으면 세관에서 화물을 쉽게 검사하여 자신들이 번거로워짐으로 이해를 요청하고 있다. 그런데 문제는 그 다음 문장에서 보이고 있다. "我已經報商檢了, 寫的N/M. 麻繁您跟客戶說一下可以嗎?" 즉 자신이 이미 노마크(N/M)라 써서 상품검사를 신청했으니 고객에게 이야기를 전달해 달라는, 절차를 무시한 이메일을 보내온 것이다. 제임스는 J37에서 간략히

알겠다고 답변을 했다.

위 상황은 소냐가 제임스의 한국 측 고객의 답변을 확인하지 않은 상태에서 노마크로 상품검사를 미리 신청한 것이 된다. 이것은 소냐가 자신들의 관행과 번거로움을 핑계로 법적 문제가 제기될 수 있는 문서를 임의대로 처리한 경우인 것이다. 한국 측 제임스는 절차를 밟아 고객의 의중을 통하여 불확실성을 회피하려 하였고, 반면 중국 측 소냐는 문서상의 표기 문제에 있어서도 임의대로 처리하여 불확실한 상황에 대해 세심하게 반응하지 않고 있는 것이다.

사실상 이 문제는 판매자와 구매자 사이의 비즈니스에 큰 마찰과 갈등을 불러일으킬 수 있는 가능성이 있는 사안인 것이다. 필자는 불확실성 회피 성향의 차이가 실질적인 비즈니스의 문제를 야기한 상황임에도 불구하고, 이 문제가 왜 이렇게 간단히 제임스의 수긍으로 끝났는지가 이해되지 않았다. 이에 제임스에게 이 문제를 왜 따져 묻지 않았는지 문의를 해보았다. 그는 상황은 이미 벌어졌고, 정정을 하려면 추가 비용이 들었기 때문에 결국 소냐에게 양보하게 되었다고 전하고 있다. 이와 같이 불확실성 회피 성향의 차이는 문서, 법, 비즈니스 규칙과 절차와 관련해 다문화 의사소통에 장애와 갈등을 유발할 수 있는 지점임으로 소통 당사자들의 문화적 차이에 대한 이해와 주의가 필요하다.

앞선 두 가지의 갈등상황을 통해 한국과 중국의 문화 차이를 명확히 확인 할 수 있었다. 호프스테드의 '불확실성 회피' 지수의 차이가 보여주듯, 양국의 무역 당사자는 문서에 대응하는 자세에 있어서 분명한 차이를 보이고 있다. 이는 한・중 간에 비즈니스를 할 경우 비중 있게 기억해야할 문화 차이라고 판단된다.

Ⅴ. 결론

본 연구는 한・중 무역 사례연구로 한국 무역중개인 제임스와 중국 생산 판매 담당자 소냐 사이에서 냅킨꽂이 아이템을 거래하는 시작과 끝까지의 총 74통의 이메일 담화를 실증적으로 분석하였다. 연구 결과 첫째, 이메일

무역 중국어 담화는 필요시마다 몇 번에 걸쳐 반복적으로 진행되는 특징을 보여주었다. 예를 들어, 가격문제는 초기 가격협상 할 때, 주문물량이 증가했을 때, 원산지 표시를 할 때, 포장문제를 제시할 때 반복되었으며 각각의 상황과 맥락에 따라 다른 양상을 띠며 진행되었다. 이는 무역 거래가 교과서적인 진행과정으로 전개되지 않음을 보여주는 중요한 담화 특징으로 핵심 쟁점은 무역 과정이 끝날 때까지 언제든지 반복적으로 일어날 수 있음을 보여준다. 더불어 무역 중국어 담화의 주요한 언어기능은 요청, 알려주기, 협상, 설득하기로 드러났다.

둘째, 본 이메일 무역에 집중적으로 사용된 중국어 어휘는 다음과 같다. 첫째, 주문과 가격협상에서는 “样品”과 “合作”에 주목하였다. 둘째, 원산지 표시에서는 “燒印”, “烙印”, “火印” 세 가지 어휘가 모두 사용될 수 있음을 설명하였다. 셋째, 상품검사와 세관신고에서는 “驗貨”가 사용 시기에 따라 약간의 의미차이가 있음을 언급하였다. 넷째, 무역 통관에 필요한 서류에서는 “單据”, “提單”, “發票”, “箱單”, “電放提單”, “唛頭”, “産地證”, “换單” 등을 차례로 이야기하였다. 다섯째, 포장과 운송에서는 “收貨人”과 “通知人”이 거래 방식에 따라 달라질 수 있음에 주목하였다.

셋째, 한・중 문화적 가치관의 유사점과 차이점이 비즈니스 행위에 미치는 영향에 대해 협상과 갈등 양상을 중심으로 비교 고찰하였다. 가격 협상 시에 제임스는 상대방의 체면을 고려하여 “不好意思”와 “不揣冒昧”란 표현을 연달아 사용하여 격식을 갖춘 어투로 양해를 구하며 “希望您的了解”로 공손하고 정중하게 가격 조정을 요청하는 방식으로 드러났다. 소냐 또한 “關於價格, 我和我們老板談了”와 같이 말하며 사장의 체면을 부각하여 자신과 상대의 체면을 동시에 고려하는 양상을 보였다. 한・중 비즈니스에서 상대방의 체면을 세워줌으로써 자신의 체면도 유지하는 협상 전략은 자기주장을 중시하여 상대방의 체면을 위협하거나 무관심한 서양의 협상 문화와는 뚜렷한 차이를 보인다.

한편, 무역 문서의 법적 문제와 관련한 담화에서는 한・중 양국의 불확실성 회피 전략의 큰 차이로 인한 갈등양상에 대해 고찰하였다. 제임스는 식품위생검사를 피하기 위해 선하증권 문서에 상품명을 “Napkin Holder”에서 “Bill Holder”로 변경을 요청함으로써 불확실성을 회피하는 전략을 사용한 반면 소냐는 이 요구에 대해 불확실한 답변을 주는 차이를 보였다. 또한

소냐는 선하증권, 팩킹리스트, 상업송장에 쉽핑마크를 절차를 무시하고 노마크(N/M)로 처리해 버렸다. 이것은 제임스의 불확실성 회피의 가치관에 상반되는 것으로 갈등의 양상을 드러냈다. 이를 통해 우리는 한・중 무역에서 문화적 가치관이 당사자들의 행동 패턴에 영향을 미침으로 사전에 대책 마련이 중요함을 알 수 있게 되었다.

본고는 냅킨꽂이라는 하나의 아이템에 집중한 사례연구라는 점에서 한계가 있다. 사례연구를 통하여 발견된 내용들을 일반화하는 것은 무리가 있다고 판단된다. 예를 들어, 전자, 반도체, 자동차, IT 등 다양한 분야의 무역 관계 이메일 처리 방식은 상당히 다른 양식을 보여 줄 수 있을 것이다. 또한 본 자료는 소규모 중소기업 간의 무역 거래로 한・중 대기업간의 복잡한 업무 처리의 방식을 보여주지 못한다. 무역의 아이템, 회사의 규모 등의 변화에 따라 담화적 특징들은 상당히 달라질 수 있고 다른 쟁점이 부각될 수 있다. 이에 필자는 이와 같은 후속 연구가 좀 더 다양한 맥락에서 진행되기를 기대해본다.

참고문헌

곽면선・이상철,「영어 이메일에 나타난 화용론적 특성」,『인문학연구』제98호, 2015.

김아늠,「한국어 교육을 위한 비즈니스 이메일 담화 분석 : 무역업을 중심으로」, 고려대학교 교육대학원 석사학위논문, 2012.

김현철・조은경,「의사소통 중심 교수법을 이용한 비즈니스 중국어 수업 모형 연구」『Foreign languages education(외국어교육)』제19호, 2012.

박찬욱,「언어, 교육 : 중국어 말하기 교육을 위한 몇 가지 화용론적 제언-교재 속 지시화행 분석을 중심으로」,『비교문화연구』 제27호, 2012.

박찬욱,「비교 화용론적 관점에서의 중・미 중국어교재 분석」,『중국어문논집』제96호, 2016.

박찬욱,「화용론 개념을 적용한 회화 교재 활용과 수업의 진행」,『중국어교육과연구』제24호, 2016.

배재석・김정은,「비즈니스 중국어 교육과정 및 교재 분석」,『중국어문학논집』제67호, 2011.

예성호,「'초점 없는 상호작용'-'관계 커뮤니케이션'이론으로 분석한 한중 비즈니스 교류 특징과 그 문화적 요인」,『중국과 중국학』제29호, 2016.

이금희,「비즈니스 중국어 교육방안 연구」,『언어학연구』제34호, 한국중원언어학회, 2015.

이금희,「비즈니스 중국어 평가 개발에 관한 연구: 신・구 BCT를 중심으로」,『중국어문학논집』제92호, 2015.

이병준・한현우,「담화분석을 통한 조직문화 진단 연구-회의과정에서의 의사소통을 중심으로」,『인문과학연구』제45호, 2015.

이승연,「한국어 학습자를 위한 요청 이메일 쓰기 교육 연구-공적 요청 이메일의 장르 분석을 기반으로」,『언어학』제70호, 2014.

이연정,「비즈니스 한국어 교육을 위한 이메일 담화연구-섬유업종을 중심으로」,『어문논집』제61호, 2015.

이원표,「담화분석 방법론과 화용 및 사회언어학적 연구의 실례」. 서울: 한국문화사, 2001.

이지은,「학부 중국어 수업에서의 전문용어 교수 방안에 관한 시론-특수 목적 중국어(CSP) 수업을 중심으로」,『중어중문학』제61호, 2015.

정연권,「한국 비즈니스 담화분석에서 응용언어학의 역할」,『담화・인지언어학회 학술대회 발표논문집』, 담화・인지언어학회. 2003.

조은경,「비즈니스 중국어 쓰기 수업 교육방안 연구」,『중국어문학논집』제34호, 2012.

최현미,「NCS(국가직무능력표준)에 근거한 특수목적중국어 교재의 직무적합도 분석 연구- 판매(면세점)중국어 중심으로」,『중어중문학』제63호, 2016.

최현미,「특수 목적 중국어 교육 현황 및 효과적인 수업 설계에 대한 고찰-NCS(국가직무능력표준)을 활용한 판매(면세점)중국어 분야 중심으로」,『중국어 교육과 연구』제23호, 2016.

Fairclough, Norman,『담화 분석 방법: 사회 조사 연구를 위한 텍스트 분석』, 김지홍 역, 광명: 경진, 2012.

Samovar, Larry, Porter, Richard, McDaniel, Edwin, & Roy, Carolyn,『문화간 커뮤니케이션』, 이두원・이영옥・김숙현・김혜숙・박기순・최윤희 역, 서울: 커뮤니케이션북스, 2016.

ABSTRACT

Discourse Analysis of Business Chinese and the Comparison of Negotiation Culture between Korea and China
— Focused on Business Emails Related to 'Napkin Holder' Imports —

Choi, Tae-Hoon

This research aims to explore the associated linguistic features and functions of Chinese as used for business trading purposes, and which is based on a discourse analysis through a case in which a Korean buyer and a Chinese supplier have exchanged Internet based e-mails. The research questions include first, the linguistic functions and characteristics of Chinese shown as identified in this trade case through e-mails, second, the use of Chinese trade specific terms, and third, the apparent and dynamic negotiation strategies that are identified as followed by the cultural value systems which are used for resolving interest conflicts and issues between the buyer and supplier in the course of negotiating business contracts between two parties. The participants of this research pertain to a Korean buyer, James and a Chinese supplier, Sonya. The associated data consists of 74 e-mails exchanged between the two parties, initiated in an effort to begin and complete a trade item, in this case namely the product of napkin holders. The research for the study is based on the discourse analysis and empirically analyses models of Chinese linguistic functions and features. The findings are the following. First, as identified, the specific Chinese functions used and sequenced in this trade case are of a procedure, request, informing, negotiation and persuasion. Second, the essential trade terms used in this business interaction involve the relevant issues of 1) ordering and price negotiating, 2) marking the

origin of the products, 3) the arrangement of the product examination and customs declaration for the anticipated import items, 4) preparation of the necessary legal documents, and 5) the package and transport of the product in the final instance. Third, the impact of the similarities and differences in the cultural value systems between Korea and China on the negotiations and conflict resolution during a negotiated contract between two parties are speculated in terms of the use of culturally based techniques such as face-saving and the utilization of uncertainty-avoiding strategies as meant to prevent misunderstandings from developing between the parties. The concluding part of the study discusses the implications for a practical Chinese language education utilizing the linguistic functions and features of the Chinese culture and language strategies as useful in business associations for trading purposes, and the importance of intercultural communication styles based on similar of different identified cultural values as noted between two parties.

Key Words : Chinese for trading purposes, discourse analysis, cultural values, face-saving strategies, uncertainty avoidance

▌논문접수일 : 2018. 02. 10
▌심사완료일 : 2018. 02. 28
▌게재확정일 : 2018. 03. 01